

Capítulo I: LA NATURALEZA DE LA EMPRESA TURÍSTICA Y SU ENTORNO.

1. Concepto de Empresa

La empresa es un sistema en el que se coordinan factores de producción, financiación y marketing para obtener sus fines.

Características:

1. Es un conjunto de factores de producción, factores mercadotécnicos y factores financieros.
2. Toda empresa tiene fines u objetivos que constituyen la propia razón de su existencia.
3. Los distintos factores que integran la empresa se encuentran coordinados para alcanzar sus fines.
4. La empresa es un sistema. Un sistema es un conjunto de elementos, o subsistemas, interrelacionados entre sí, y con el sistema global, que trata de alcanzar unos objetivos.

Tipos:

1. Según su tamaño; empresas pequeñas, medianas y grandes
2. Según su actividad; las empresas pueden clasificarse por sectores económicos: primario, secundario o industrial, y terciario o de servicios.
3. Según el ámbito territorial de su actividad; hay empresas locales, provinciales, regionales, nacionales y multinacionales.
4. Según quien tenga su propiedad, empresas privadas (el capital es propiedad de particulares), empresas públicas (cuyo capital es propiedad del Estado o de cualquier Organismo Público), empresas mixtas (el capital pertenece en parte a Entidades Públicas y en parte a particulares) y empresas cooperativas o sociales (en las que los trabajadores de las mismas son además, sus propietarios) Las cooperativas, son en realidad, un tipo de empresa privada.
5. Según su forma jurídica; se diferencia entre la empresa regía por un empresario individual, que es una persona física y la empresa social, que es una persona jurídica o sociedad. Hay cinco tipos de sociedades; S. Anónima, S. De Responsabilidad Limitada, S. Comanditaria, S. Colectiva y S. Cooperativa.

Su Entorno:

Existen diversos tipos de sistemas económicos, pero todos ellos se encuentra entre estos dos extremos:

- a) El sistema de Libre Mercado, en el que todas las empresas se someten a la competencia, toman sus propias decisiones y tienen sus propios objetivos.
- b) El sistema de economía centralizada, en el cual todas las empresas se encuentran sometidas a la autoridad del Estado, el cual interviene en sus decisiones, y tienen como objetivo cumplir el plan previsto por las autoridades estatales.

La mayor parte de las empresas se encuentran sometidas a un sistema de Libre Mercado; la mayor parte son empresas privadas que han de hacer frente a la competencia; tanto su éxito como su fracaso dependen de la capacidad que se tenga para conseguir la aceptación de los consumidores frente a los competidores.

1. Teorías sobre la Empresa.

Una teoría de la empresa es un conjunto sistemático de reglas, leyes y principios que intentan explicar su funcionamiento. Hay diferentes teorías:

- Teoría Neoclásica; ó teoría de la Firma los economistas neoclásicos consideran que la empresa es un mecanismo que se sitúa entre el mercado de factores (bienes iniciales) y el mercado de productos (bienes finales) y su actuación consiste en combinar los factores para transformarlos en productos. Consideran que la empresa es, la unidad económica de producción, desconoce la dimensión humana y organizativa de la empresa.
- Teoría de la Agencia; esta teoría concibe a la empresa como un conjunto de relaciones de agencia. La relación de agencia es un contrato en el cual una o más personas (a quienes se denomina principal) recurren al servicio de otra u otras (el agente) para que cumpla una tarea en su nombre, lo que implica delegar alguna autoridad.
- Teoría de los Costes de Transacción; tb, denominada “economía de los costes de transacción” plantea la disyuntiva entre la asignación de recursos vía mercado y la realizada por la empresa, es decir, es la elección entre uno u otro proyecto.
- Teoría de los Derechos de Propiedad; o teoría contractual, se encuentra muy ligada a la teoría de los costes de transacción pero, con la diferencia de que ésta considera a la empresa como un conjunto de contratos bilaterales y no de relaciones de autoridad.

2. La Empresa como Sistema.

La empresa es un sistema abierto que recibe de su entorno una serie de inputs (entradas) y que envía a su exterior otra serie de outputs (salidas) de diversos tipos.

Un sistema es un conjunto de elementos interrelacionados entre sí y con el sistema global, que tiene unos objetivos. Estructuralmente un sistema se puede dividir en partes, pero funcionalmente es indivisible, en el sentido de que si se divide se pierden algunas de sus propiedades esenciales.

Según la forma de realizar las agrupaciones, se distinguen en la empresa diferentes tipos de subsistemas, que a su vez, se comportan en sí mismos como sistemas. Las principales agrupaciones son:

1. Distingue entre el **sistema procesador** de inputs en outputs y el **sistema de control**.
2. Distingue entre el **subsistema humano**, el **subsistema material**, el **subsistema tecnológico** y el **subsistema de información**.
3. Discierne entre el **subsistema de flujos físicos**: circulan flujos de materias primas, productos semielaborados, productos terminados que se distribuyen a los clientes, etc., y está formado por los subsistemas de producción y de marketing; el **subsistema de flujos financieros**: en éste se transforma ahorro en inversión materializada en capital productivo y se encuentra integrado por el subsistema de financiación (en el que se obtienen los medios financieros) y por el subsistema de inversión (en el que esos medios se materializan en inversiones productivas); y el **subsistema de flujos de información**: es el de dirección, que actúa sobre los otros dos y que, a su vez, se encuentra formado funcionalmente por los subsistemas de planificación, organización, dirección o gestión y control.

4. La Empresa Turística.

La empresa turística es un término bajo el que se encuentra una amplia variedad de unidades de negocio que tienen como elemento común el atender al mercado turístico. En las empresas de turismo se producen fundamentalmente servicios, aunque en algunas también se elaboran bienes. Los productos turísticos no se venden por sí mismos, sino que es necesario desarrollar una función de marketing.

Clasificación de Empresas Turísticas:

- a) según el **tipo de producto ofertado:**
 - a. De bienes
 - b. De servicios
- b) según la **proyección del producto respecto al cliente:**
 - a. Directas, es adquirido por los turistas de manera inmediata, sin intermedio.
 - b. Indirectas, cuando producen para otras empresas que se encuentran en un escalón más cercano al turismo.
- c) según el **sector productivo** en el que se integran:
 - a. De transportes y sus auxiliares (líneas aéreas, marítimas, etc)
 - b. De alojamiento (hotelería, apartamentos, camping, etc.)
 - c. De restauración (restaurantes, cafeterías, bares, etc.)
 - d. De intermediación (operadores turísticos y agencias de viaje)
 - e. De financiación (bancos, compañías de crédito y seguro, etc)
 - f. De construcción (constructoras de edificios y de obra civil)
 - g. De otros sectores económicos.
- d) según la **localización** donde se genera el producto:
 - a. Locales, en donde existe la identidad espacial entre producción y consumo.
 - b. Regionales, cuyo ámbito es el regional (sólo limitado por el espacio en donde son consumidos los productos)
 - c. Nacionales, que son aquellas cuyo ámbito es el nacional.
- e) según el **régimen de propiedad de los inmovilizados:**
 - a. Propiedad pública o estatal.
 - b. Propiedad privada.
 - c. Propiedad mixta
- f) según el **nivel de integración empresarial:**
 - a. Individuales (familiares o particulares)
 - b. Cadenas (hoteleras, restauración, etc.)
 - c. Holdings (alojamiento, restauración e intermediación)
 - d. Asociadas (para la construcción, para la venta, para el marketing)
- g) según el **destino del producto y por el origen del capital:**
 - a. Locales o de municipio turístico.
 - b. Nacionales (que operan exclusivamente en el país)
 - c. Internacionales (con extensión en varios países)
 - d. Transnacionales (con proyección sólo internacional)
 - e. Mixtas (en cuanto que producen y venden en ámbitos diferentes)

Otra característica del turismo moderno es la importancia de la intermediación mediante operadores que hacen posible canalizar la producción para una demanda que se encuentra masificada y atomizada.

4.1. El Entorno de la Empresa Turística.

La empresa turística depende del consumo de turismo, pues bien, el consumo de los turistas en un período depende de la capacidad de gasto en el período anterior, es decir, de la renta disponible de las familias en ese período.

Otra característica del sector turístico es que las variaciones de precios tienen gran influencia en la demanda, y apenas se dejan sentir en la oferta.

Las empresas turísticas se encuentran condicionadas también por el entorno medioambiental y sociopolítico.

www.diplomadoenturismo.com